



Judul Skripsi:

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@HALODOC TERHADAP MOTIF FOLLOWERS**

(Survei Penelitian Pada *Followers* Halodoc di Media Sosial Instagram @halodoc)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Haliza Rizkianti

NIM : 1510411052



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

Bahkan hingga sang fajar telah terbenam, skripsi ini tetap ditulis dan diselesaikan sebagai persembahan untuk Mamah dan Papah.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar :

Nama : Haliza Rizkianti

NIM : 1510411052

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 11 Juli 2019

Yang menyatakan,



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Haliza Rizkianti
NIM : 1510411052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @halodoc terhadap Motif *Followers* (Survei Penelitian pada *Followers* Halodoc di Media Sosial Instagram @halodoc)


Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing I



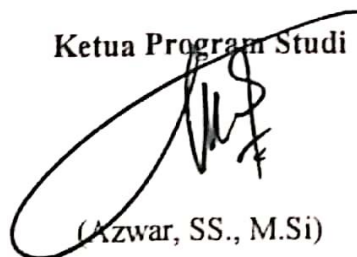
Dr. Ispawati Asri, MM

Pembimbing II



Dr. Wahdah R. Bulan, M.Si

Ketua Program Studi



(Azwar, SS., M.Si)

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal Ujian: 11 Juli 2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi strata 1 pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @halodoc terhadap Motif Followers”** (*Survei Penelitian Pada Followers Halodoc di Media Sosial Instagram @halodoc*).

Pada kesempatan kali ini, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing, serta memberikan dukungan selama penyusunan skripsi ini berlangsung, yaitu kepada:

1. Mamah, Papah, Reza dan Zaskya yang selalu memberikan dukungan serta motivasi yang tak terhingga kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Ispawati Asri, MM selaku Dosen Pembimbing 1 skripsi dan Dr. Wahidah R. Bulan, M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing penyusunan skripsi peneliti dengan sabar sampai penyusunan skripsi selesai.
3. Teman-teman peneliti selama masa perkuliahan yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jakarta Angkatan 2015 Intan Ayu W, Syabhan Ramdana, Raihanah Sari, Prasetio Abdul J, Andika Lies P, dan lainnya. Rija Nurjaya yang telah menemani peneliti sedari awal hingga akhir masa perkuliahan. Teman-teman peneliti yang selalu memberikan dukungan yaitu Novia Kuswardani, Anggun Marinda Sani, Ade Oktaviani, Febriana Windy F, Desi Apriani, dan Desty Septiara. Saudara tercinta Mirfa Lailla R dan Mirna Rahmadinna. Dan untuk Aurora yang tidak pernah berhenti memberikan semangat dan motivasi serta selalu menemani peneliti selama penyusunan skripsi sampai akhir.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan kesalahan. Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan kesempurnaan sehingga skripsi ini dapat bermanfaat serta bisa dikembangkan untuk penelitian lebih lanjut.

Jakarta, 11 Juli 2019



Haliza Rizkianni

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Haliza Rizkianti
NIM : 1510411052
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HALODOC TERHADAP MOTIF FOLLOWERS (Survei Penelitian pada Followers Halodoc di Media Sosial Instagram @halodoc)**. Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihkan media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Juli 2019

Yang Menyatakan



Haliza Rizkianti

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@HALODOC TERHADAP MOTIF FOLLOWERS**

(Survei Penelitian pada *Followers* Halodoc di Media Sosial Instagram
@halodoc)

HALIZA RIZKIANTI

Abstrak

Meningkatnya perkembangan teknologi di era digital menjadikan teknologi sebagai alat yang mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia, terutama dalam bidang kesehatan. Di era digital, khalayak lebih banyak mencari informasi mengenai kesehatan melalui internet atau media sosial. Melalui media sosial Instagram, Halodoc melakukan komunikasi pemasaran sekaligus memberikan berbagai macam informasi mengenai kesehatan yang dibutuhkan oleh *followers*nya. **Pendekatan** yang digunakan dalam penelitian ini adalah **kuantitatif**. **Penelitian ini bertujuan** untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh dan seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram @halodoc terhadap kepuasan informasi kesehatan. Populasi penelitian ini adalah *followers* Instagram @halodoc dengan sampel berjumlah 100 responden dihitung menggunakan rumus Taro Yamane. **Teori yang digunakan** pada penelitian ini adalah **Teori Uses and Gratifications**. Penggunaan media sosial diukur berdasarkan empat (4) dimensi yaitu *context, communications, collaborations, dan connection*. Sedangkan Motif *followers* diukur berdasarkan empat (4) dimensi yaitu *entertainment, social integrations and interaction, information seeking, dan personal identity*. **Hasil uji korelasi** diketahui memiliki hubungan yang kuat, artinya bahwa penggunaan media sosial Instagram hubungan kuat dengan motif *followers* Instagram @halodoc. **Hasil uji pengaruh** diketahui memiliki pengaruh namun tidak signifikan, karena pencarian informasi kesehatan bukan hanya bersumber dari media sosial Instagram @halodoc. **Hasil perhitungan uji hipotesis** dengan t hitung dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: Media Sosial, Motif, *Uses and Gratifications*, Instagram.

THE EFFECT OF USING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA @HALODOC ON FOLLOWERS MOTIVES

(Research Survey on Halodoc's Followers in Instagram Account of @halodoc)

HALIZA RIZKIANTI

Abstract

The increasing development of technology in the digital era makes technology a tool that is capable of meeting human daily needs, especially in the health sector. In the digital era, audiences are looking for more information about health through the internet or social media. Through Instagram social media, Halodoc conducts marketing communications while providing various kinds of information about health needed by its followers. The approach used in this study is quantitative. This study aims to determine whether or not there is influence and how much influence the use of Instagram @halodoc social media has on the satisfaction of health information. The population of this study is Instagram @halodoc followers with a sample of 100 respondents calculated using the Taro Yamane formula. The theory used in this study is the Uses and Gratifications Theory. The use of social media is measured based on four (4) dimensions, namely context, communications, collaborations, and connections. While followers motives is measured based on four (4) dimensions, namely entertainment, social integration and interaction, information seeking, and personal identity. Correlation test results are known to have strong relationships, meaning that Instagram social media usage is a strong connection with followers motives on @halodoc Instagram followers. The effect of the test results is known to have an effect but not significant, because the search for health information is not only sourced from @halodoc Instagram social media. The results of the calculation of hypothesis testing with t count can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted.

Keywords: *Social Media, Motive, Uses and Gratifications, Instagram*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Konsep-konsep Penelitian	14
2.2.1 Periklanan	14
2.2.2 Penggunaan Media Sosial.....	16
2.2.3 Media Sosial	17
2.2.4 Instagram	19
2.2.5 Motif.....	22
2.2.5.1 Kebutuhan Informasi	23
2.2.6 Kesehatan.....	25

2.3 Teori Penelitian.....	25
2.3.1 Teori Uses and Gratification.....	25
2.4 Kerangka Berpikir.....	28
2.5 Hipotesis.....	30
BAB 3.....	31
3.1 Metodologi Penelitian.....	31
3.1.1 Metode Penelitian.....	31
3.1.2 Pendekatan Penelitian.....	31
3.1.3 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.3.1 Data Primer.....	34
3.3.2 Data Sekunder.....	35
3.3.3 Operasional Variabel.....	36
3.4 Metode Analisis Data.....	41
3.4.1 Uji Validitas.....	41
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.4.3 Uji Korelasi.....	46
3.4.4 Uji Pengaruh.....	47
3.4.5 Uji Hipotesis.....	47
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	48
BAB 4.....	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.1.1 Sejarah Halodoc.....	49
4.1.2 Logo Halodoc.....	50
4.1.3 Visi dan Misi Halodoc.....	50
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Karakteristik Responden.....	51
4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel Penggunaan Media Sosial.....	54

4.2.3 Analisis Pernyataan Variabel Motif <i>Followers</i>	65
4.2.4 Analisis Hasil Uji Korelasi	71
4.2.5 Analisis Hasil Uji Pengaruh.....	72
4.2.6 Analisis Hasil Uji Hipotesis.....	73
4.3 Pembahasan	74
BAB 5	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	A

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Akun Media Sosial Halodoc	5
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3 Model Teori <i>Uses and Gratification</i>	27
Tabel 4 Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 5 Operasional Variabel	36
Tabel 6 Uji Validitas Variabel X	43
Tabel 7 Uji Validitas Variabel Y	44
Tabel 8 Tingkat Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	45
Tabel 9 Uji Reliabilitas Variabel X.....	45
Tabel 10 Uji Reliabilitas Variabel Y	46
Tabel 11 Waktu Penelitian.....	48
Tabel 12 Usia Responden	52
Tabel 13 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 14 Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 15 Pertanyaan <i>Memfollow @halodoc</i>	53
Tabel 16 Pertanyaan Pernah Menggunakan Aplikasi Halodoc.....	54
Tabel 17 Pernyataan X1	54
Tabel 18 Pernyataan X2	55
Tabel 19 Pernyataan X3	56
Tabel 20 Pernyataan X4	56
Tabel 21 Pernyataan X5	57
Tabel 22 Pernyataan X6	58
Tabel 23 Pernyataan X7	58
Tabel 24 Pernyataan X8	59
Tabel 25 Pernyataan X9	60
Tabel 26 Pernyataan X10.....	61
Tabel 27 Pernyataan X11.....	61
Tabel 28 Pernyataan X12.....	62
Tabel 29 Pernyataan X13.....	63
Tabel 30 Pernyataan X14.....	64

Tabel 31 Pernyataan X15.....	64
Tabel 32 Pernyataan Y1	65
Tabel 33 Pernyataan Y2	66
Tabel 34 Pernyataan Y3	67
Tabel 35 Pernyataan Y4	67
Tabel 36 Pernyataan Y5	68
Tabel 37 Pernyataan Y6	69
Tabel 38 Pernyataan Y7	69
Tabel 39 Pernyataan Y8	70
Tabel 40 Pernyataan Y9	70
Tabel 41 Hasil Perhitungan Uji Korelasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Presentase Survei APJII	1
Gambar 2 Presentase Survei <i>We Are Social</i>	2
Gambar 3 Presentase Survei <i>We Are Social</i>	4
Gambar 4 Akun Resmi Halodoc di Instagram	5
Gambar 5 Kerangka Berpikir	29
Gambar 6 Logo Halodoc	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	A
Surat Permohonan Riset	A
Lampiran B	B
Lembar Kuesioer	B
Lampiran Kuesioner <i>Google Form</i>	H
Hasil Data Pernyataan Kuesioner.....	J
Uji Validitas Variabel X	O
Uji Validitas Variabel Y	T
Uji Reliabilitas Variabel X	X
Uji Reliabilitas Variabel Y	X
Hasil Tes Turnitin	Y
Lampiran C	AA
Daftar Riwayat Hidup.....	AA